

## C.2. Fomento de la lectura en la biblioteca pública 2.0: una apuesta por la innovación y el riesgo

Por Roser Lozano

27 abril 2009

**Lozano, Roser.** "Fomento de la lectura en la biblioteca pública 2.0: una apuesta por la innovación y el riesgo". *Anuario ThinkEPI*, 2010, v. 4, pp. 87-90



**Resumen:** Biblioteca pública y promoción de la lectura continúa siendo un tándem indisoluble, lo que significa una gran responsabilidad para la biblioteca en relación a la promoción y difusión de obras y autores. Sus actividades culturales deben tener unos objetivos netamente definidos, explícitos y ofrecer un valor añadido como servicio público de proyección social. Y no tienen porqué coincidir con las modas de lecturas comerciales del momento ni mantenerse en los formatos tradicionales, a veces caducos. ¿Sirven las mismas actividades para los lectores tradicionales que para los denominados nativos digitales? ¿Estamos preparados para ofrecer actividades de animación atractivas para los jóvenes actuales?

En esta sociedad del conocimiento, globalizada, multicultural, digital, 2.0: ¿cómo afrontan las bibliotecas públicas sus políticas de fomento de la lectura?

**Palabras clave:** Biblioteca pública, Web 2.0, Compromiso social, Fomento de la lectura, Actividades culturales, Programación cultural, Gestión bibliotecaria, Responsabilidad social, Reingeniería, Innovación.

**Title:** *Promoting reading in the public library 2.0: a commitment to innovation and risk*

**Abstract:** The public library and the promotion of reading is still an indissoluble tandem, meaning the library has a large responsibility for the promotion and dissemination of authors and their works. The goals of these cultural activities must be explicit and clearly defined, and must offer an added value as a public service with social impact. They do not have to follow the commercial trends or maintain the conventional formats, which sometimes are obsolete. Are current activities in the public library as useful for traditional readers as for the so-called digital natives? Are we prepared to offer activities that are attractive to young people today? In this society, characterized as the knowledge, global, multicultural, digital, 2.0 society, are public libraries able to defend their policies to promote reading?

**Keywords:** Public library, Web 2.0, Social commitment, Reading promotion, Cultural activities, Cultural programming, Library management, Social responsibility, Reengineering, Innovation.

### EN UNA SOCIEDAD cada vez más virtual y tecnológica, las bibliotecas públicas continúan creciendo en número de visitas y préstamos.

Pero es cierto que en numerosas ocasiones este auge de uso no se acaba por traducir en un aumento notable de lectores ni de hábitos de lectura. En un momento en el que hay más usuarios que nunca en las bibliotecas públicas y en el que se programan multitud de actividades de animación a la lectura, sabemos que esto no siempre conlleva un cambio mayoritario en los hábitos de los ciudadanos en general.

Desde hace ya unos cuantos años en nuestro país se está produciendo un auténtico renacimiento de la sociabilización alrededor del libro y de la lectura. Hay un incremento extraordinario de las actividades dirigidas tanto a adultos como

a niños. Es curioso porque, en medio de una sociedad cada vez más mediática, tecnológica y virtual, los clubes de lectura y las actividades alrededor del libro recobran progresivamente más importancia en la biblioteca, al estilo de los salones literarios del siglo XVIII.

---

**"Aunque nunca se ha leído tanto como ahora ni ha habido tanta publicidad oficial sobre los beneficios de la lectura, leer continúa sin estar de moda"**

---

Pero, aunque nunca se ha leído tanto como ahora, ni nunca han existido tantos lectores, tanta

asistencia a bibliotecas ni tanta publicidad oficial sobre los beneficios de la lectura, leer continúa sin estar de moda. Es una actividad minoritaria en comparación con otras y muy poco valorada por la sociedad y particularmente por los jóvenes, que serán los encargados de configurar la sociedad del futuro.

Biblioteca pública y promoción de la lectura continúa siendo un tándem indisoluble, lo que significa una gran responsabilidad para la biblioteca en relación con la promoción y difusión de obras y autores. Realizamos muchas tareas en las que procuramos esmerarnos:

- formar la colección de la biblioteca,
- buscar los mejores títulos para promocionarlos en nuestras guías de lectura
- seleccionar obras para nuestros clubes de lectura, analizando qué obras y qué autores centran nuestro interés y qué otros rechazamos...

La verdad es que a veces no sabemos si tenemos claros nuestros objetivos, o si somos suficientemente ágiles en la búsqueda de sinergias y cooperación.

Y también nos preguntamos cuáles son los formatos de actividades por los que debemos apostar. Tenemos que saber innovar y diversificar nuestras actividades en función de los diferentes segmentos y necesidades.

Por otro lado nos preguntamos si se invierte eficientemente el presupuesto público en el fomento de la lectura.

arriesgadas, diferentes, basadas en la cooperación, en la búsqueda de sinergias y en el uso eficiente de los recursos.

---

**“En pleno siglo XXI y en la sociedad del conocimiento nos tendríamos que plantear si sirve el mismo modelo de actividades de fomento de la lectura que en épocas pasadas”**

---

No debieran ser simples actividades complementarias o espectáculos de ocio, donde más o menos cualquier cosa que tenga éxito vale. Por tanto, tampoco deberían estar sujetas únicamente a esa especie de “índices de audiencia” que son los resultados cuantitativos de asistencia de público. No debería ser así, si ello implica programar únicamente espectáculos de ocio y entretenimiento porque sabemos con antelación que son los que tienen éxito, aunque no respondan a ningún objetivo. Es lo más fácil, pero no estoy segura de que sea lo más ético. Manejamos dinero público y por tanto tenemos que saber muy bien en qué y para qué lo gastamos.

**Formar ciudadanos curiosos y con espíritu crítico**

Register for free at <https://www.scipedia.com> to download the version without the watermark

La biblioteca pública, en sus actividades de promoción y de fomento de libros y de lectura, no debe conformarse con responder únicamente a unas necesidades coyunturales, ni someterse a la ley de la oferta y la demanda como si fuera un establecimiento comercial. En el circuito comercial, el marketing y la publicidad influyen en las necesidades y demanda de lectura. Por el contrario, la biblioteca pública tiene la responsabilidad de mantener una política de difusión y de promoción de libros y de lectura consecuente con su función como servicio público. Sus actividades deben tener unos objetivos netamente definidos, explícitos y ofrecer un valor añadido como servicio público de proyección social.

Y estos objetivos no siempre tienen por qué coincidir con las modas de las lecturas comerciales del momento. Entendemos que para evitar caer en un activismo errático, en un “hacer por hacer”, en el “todo vale”, las actividades de fomento de la lectura se han de insertar y formar parte del núcleo del proyecto de biblioteca pública. Y se han de vestir con innovación, con propuestas

que la biblioteca pública debería estar pensado, ideado y adecuado a las exigencias de esta sociedad del conocimiento, que necesita que todos sus ciudadanos sean lectores competentes, críticos y capaces de leer diferentes tipos de textos y de discriminar la abundante información a la que tienen acceso en distintos soportes. Si en tiempos pasados la lectura fue una actividad minoritaria que aupaba y distinguía a las personas como letradas y cultas, actualmente debería ser un derecho básico de todos los ciudadanos para poderse desarrollar plenamente en esta nueva sociedad.

En pleno siglo XXI y en la sociedad del conocimiento, nos tendríamos que plantear si sirve el mismo modelo de actividades de fomento de la lectura que en épocas pasadas. En un momento donde el mundo virtual tiene una importancia vital y ante una sociedad multicultural y global, hemos de reflexionar sobre qué tipos de lectores o no lectores se sienten atraídos por nuestras actividades y qué segmentos de población deberíamos tener en cuenta en nuestra programación de actividades.

Quizá no sirvan las mismas actividades para los lectores tradicionales que para los denominados

nativos digitales, por lo que debemos estar preparados para ofrecer actividades de animación atractivas para los jóvenes actuales.

Encuestas varias sobre hábitos de lectura apuntan a que al llegar a la adolescencia muchos jóvenes dejan el hábito lector. Este dato tan importante y tan conocido debería tenerse en cuenta en la programación de las actividades de animación a la lectura de las bibliotecas.

---

### **“La filosofía 2.0 debe llegar también a la BP”**

---

En esta sociedad en la que nos movemos todo cambia y cada vez de forma más rápida, una continua transformación: sociedad del conocimiento, sociedad globalizada, multicultural, digital, Web 2.0, biblioteca 2.0... nada es igual que ayer e intuimos que nada será igual que mañana. Hay que estar preparados para el cambio continuo, adaptando debidamente las políticas de fomento de la lectura, y buscando formas de hacer participar los usuarios en las actividades de animación en este nuevo paradigma de biblioteca 2.0.

Cómo hacerlo todavía está poco claro y poco definido en nuestro país.

## **Reinventar la biblioteca pública**

Tenemos aún una asignatura pendiente en la biblioteca pública (una de tantas, es cierto): la de vincular el fomento del hábito lector con la innovación, con propuestas diferentes, diversificadas, atractivas, porque demasiadas veces se repiten fórmulas de actividades que parecen estancadas en el pasado. En la mayoría de ocasiones las actividades de animación a la lectura se reducen a actos aislados, puntuales, con formatos tradicionales, y dirigidos mayoritariamente al público infantil.

En ellas se aplaude a un buen cuentacuentos a modo de espectáculo, se realizan talleres varios, se conversa con algún autor conocido, se lee o se comentan lecturas en grupo, muchas veces con los mismos asistentes repetidamente año tras año, etc. A la vista de la programación de algunas bibliotecas, las actividades de animación a la lectura podrían llegar a confundirse con simples espectáculos vinculados únicamente al ocio y al entretenimiento.

En un momento en que las bibliotecas públicas se abren a nuevos usos y a nuevos usuarios, la función del fomento del hábito lector tendría que impregnarse de innovación y de la filosofía de la “biblioteca 2.0” con la utilización del conjunto de herramientas gratuitas o de bajo coste que la biblioteca tiene a su alcance para maximizar su presencia virtual y mejorar su colaboración con usuarios y otras instituciones.

Register for free at <https://www.scipedia.com> to download the version without the watermark



Estamos ante un nuevo modelo cultural que ha pasado de una cultura alfabética, textual e impresa, a otra que se construye mediante imágenes audiovisuales. Este cambio de paradigma debe provocar también cambios en la forma de programar las actividades de fomento de la lectura y de promoción del libro.

Los clubes de lectura virtuales, y la utilización de las herramientas virtuales de la web 2.0 como los blogs, *Twitter* o la sindicación de contenidos (rss), se extienden cada vez más en las bibliotecas públicas para la promoción de libros y de la lectura. Actualmente es muy fácil contar con una galería de fotos de las actividades de la biblioteca en *Flickr*, crear un *podcast* o cargar un vídeo en *YouTube*.

**“Debemos dejar atrás formatos obsoletos, aunque ello comporte dejar también atrás el éxito del índice de audiencia”**

Las posibilidades son inmensas y cada vez más la programación de actividades debería tener un doble seguimiento: el presencial –sujeto a un horario determinado– y el virtual, al que el ciudadano podrá acceder sin barreras horarias ni físicas.

Register for free at <https://www.scipedia.com> to download the version without the watermark

como la aplicación de las tecnologías y de las actitudes de la web 2.0 al catálogo bibliográfico, ya

es por sí mismo la mejor herramienta de fomento de la lectura con que puede contar una biblioteca pública, por la cantidad de prestaciones añadidas que comporta. Es la puerta a un nuevo universo, a una verdadera revolución de la función de fomento de la lectura.

Y paralelamente en nuestras actividades presenciales, deberíamos evitar caer en un activismo errático. Se deben programar actividades de fomento a la lectura para crear opinión y reflexión y para desarrollar ciudadanos críticos y autodidactas, que sean competentes en esta sociedad de la información.

También se debe aspirar a cooperar y colaborar con usuarios y que sean ellos los que hagan llegar sus opiniones, evaluaciones y gustos a la biblioteca pública. Actualmente ya no podemos programar actividades a espaldas de la opinión y de las necesidades de nuestros usuarios. Les necesitamos a ellos y a todos los agentes culturales y sociales de nuestra comunidad para programar conjuntamente actividades diversificadas para diferentes segmentos y necesidades, actividades atractivas para todos y compartiendo recursos.

La innovación, el compromiso y el espíritu de la filosofía 2.0 debe llegar también a estas actividades, y las administraciones que gestionan bibliotecas públicas deben fomentar el uso de las nuevas herramientas 2.0 y facilitar la introducción de nuevos formatos y modelos de actividades.

Necesitamos innovar y para ello hemos de arriesgar y dejar atrás modelos y formatos de actividades obsoletos, aunque ello comporte dejar también atrás el éxito del índice de audiencia del espectáculo asegurado.

## MASTER DE EDICIÓN

**Aprende con los mejores profesionales del sector.**

**Más de 600 horas para convertirte en editor.**

<http://www.usal.es/webusal/node/393>

